

УДК 637.54:366.43

Е. В. Рощина (ewas2005@rambler.ru),
канд. техн. наук, доцент

Т. С. Метелкина (metelkina.t@bk.ru),
магистрант

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА МЯСА ПТИЦЫ НА ОСНОВЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В работе представлены результаты изучения потребительских предпочтений к мясу птицы как продукту, необходимому в рационе человека. Проведенные исследования позволяют прогнозировать спрос на мясо птицы, отвечающий ожиданиям потребителей, и, как следствие, способствовать формированию конкурентоспособного ассортимента данной продукции.

In the research presents the results of studying consumer preferences for poultry meat as a product required in the human diet. The conducted research allows to predict the demand of poultry meat that meet the expectations of consumers, and, as a result, contribute to the formation of a competitive range of these products.

Ключевые слова: конкурентоспособность; ассортимент; потребительские предпочтения; мясо птицы.

Key words: competitiveness; assortment; consumer preferences; poultry.

В современных условиях изготовители должны на стадии разработки товара или его модификации создавать конкурентоспособный товар с учетом требований, предпочтений и запросов потребителей. Производитель должен стремиться не только к удовлетворению существующих потребностей, но и к прогнозированию потребностей потенциального покупателя. Для обеспечения конкурентоспособности необходим подход к ее оценке на основе изучения потребительских предпочтений, адаптация имеющихся методик к конкретным товарным группам и условиям рынка [1].

Информация о потребителях является экономическим фундаментом деятельности организации, так как она способствует формированию предложений на рынке товаров и услуг в соответствии с их спросом, повышает эффективность работы. Необходимо выяснять, какие факторы определяют решение о покупке товаров.

В последнее время одним из наиболее распространенных методов получения необходимой информации становится опрос определенного круга людей, имеющих непосредственное отношение к исследуемой проблеме. Провести опрос – это означает выявить существующие позиции опрашиваемых по некоторому кругу вопросов, относящихся к рассматриваемой проблеме [2].

Отмеченные обстоятельства обуславливают актуальность и обоснованность исследований.

Цель исследования – определить предпочтения покупателей к мясу птицы, представленному на рынке г. Могилева.

Задачи исследования – оценить лояльность потребителей к продукции из мяса птицы; определить уровень приверженности к изготовителю; выявить факторы, влияющие на решение о покупке.

Предмет исследования – мнения покупателей о продукции из мяса птицы на рынке г. Могилева.

Для определения предпочтений потребителей при выборе мяса птицы в г. Могилеве был подготовлен ряд вопросов, а также сформулированы возможные ответы на них и проведено анкетирование, в котором приняли участие 100 респондентов.

На вопрос «Мясо, какой птицы вы предпочитаете покупать?» 72% опрошенных высказались в пользу мяса цыпленка-бройлера. Мясо индеек предпочитает 20% опрошенных. Наименьшим предпочтением пользуется мясо утки (7%) и гуся (1%).

Большинство респондентов (45%) покупает полуфабрикаты из мяса птицы два раза в неделю, 20% покупают каждый день, 10% покупают мясо птицы очень редко.

По данным рисунка 1, наиболее предпочтительным изготовителем мяса птицы на потребительском рынке является закрытое акционерное общество (ЗАО) «Серволукс Агро», «Петруха» (г. Могилев). Продукцию этих производителей предпочитают покупать 40% респондентов. На втором месте – ЗАО «Агрокомбинат «Заря» (г. Могилев) (его продукцию предпочитают 25% респондентов), 15% потребителей обычно покупают продукцию открытого акционерного общества (ОАО) «Минская птицефабрика им. Н. К. Крупской». Меньше всего потребители отдают предпочтение продукции ОАО «Витебская бройлерная фабрика».

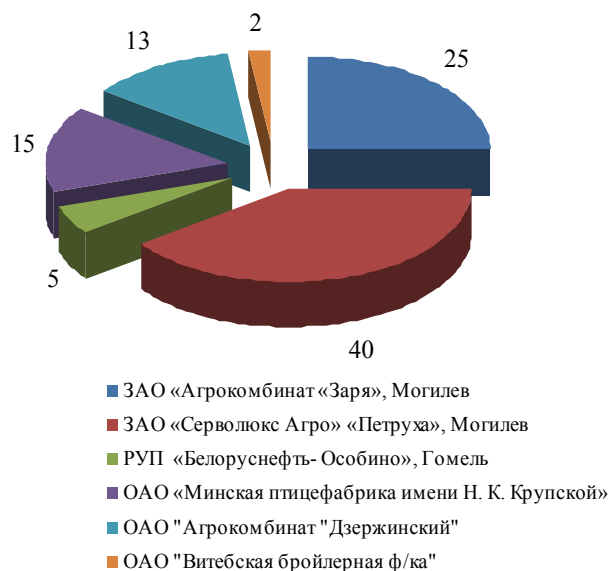


Рисунок 1 – Предпочтения потребителей при выборе мяса птицы в зависимости от производителя, %

По данным рисунка 2 можно сделать вывод, что предпочтения потребителей при выборе изделий из мяса птицы распределились следующим образом. Лидирующую позицию занимает тушка цыпленка-бройлера, охлажденная (ей отдали предпочтение 88% респондентов), возможно, это связано с тем, что жизненный уровень населения снижается, население переходит на

более дешевый вид мяса. 5% респондентов предпочитают приобретать грудку птицы, 3% – окорочок, остальные части тушки птицы приобретают по 1% респондентов.

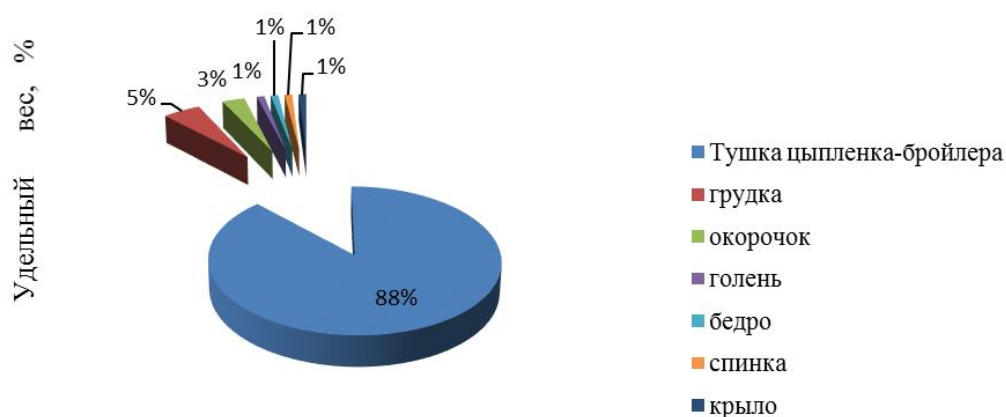


Рисунок 2 – Потребительские предпочтения в выборе частей тушки цыпленка

Для потребителей наиболее значимо качество полуфабрикатов из мяса птицы. Филе и грудка – это самое ценное мясо, оно нежное и диетическое.

По данным рисунка 3 можно сделать вывод, что 80% из 100% респондентов предпочитают покупать охлажденную продукцию. Некоторые потребители покупают замороженную продукцию. Возможно, это обусловлено тем, что она не будет использоваться сразу.



Рисунок 3 – Предпочтения к мясу птицы в зависимости от степени охлаждения

В качестве наиболее привлекательной упаковки для полуфабрикатов из мяса птицы были названы лотки, обтянутые растягивающейся пленкой (35%), яркие пакеты, прозрачные с одной стороны (25%) и вакуумная упаковка (24%).

Предпочтения к мясу птицы в зависимости от упаковки представлены на рисунке 4.

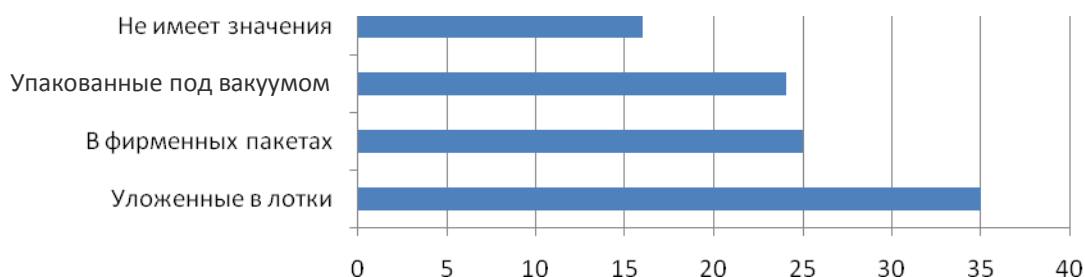


Рисунок 4 – Предпочтения к мясу птицы в зависимости от упаковки, %

По мнению большинства опрошенных решающим фактором при выборе является качество мяса птицы (35%), для 29% опрошенных решающим фактором при выборе является цена товара, а 27% основывают свой выбор на полезных свойствах товара, только 9% делают свой выбор не задумываясь (рисунок 5).

90% потребителей осведомлены о том, что мясо птицы находится на первом месте по содержанию необходимого для жизнедеятельности полноценного белка, употребляют в пищу птицу довольно часто. Есть некоторые респонденты, которые считают, что наиболее ценной может быть рыба или другие продукты.

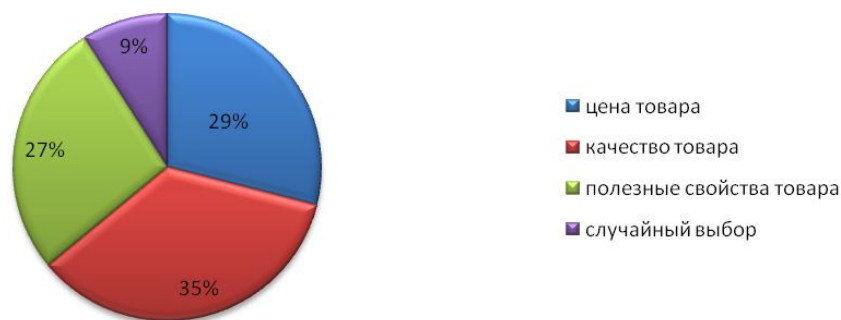


Рисунок 5 – Факторы, влияющие на выбор мяса птицы

Для обеспечения конкурентоспособного ассортимента мяса птицы необходимо в розничной торговой сети в большем объеме представить в наличии мясо цыплят-бройлеров в тушках, в охлажденном виде преимущественно изготовителей ЗАО «Серволукс Агро», «Петруха», ЗАО «Агрокомбинат «Заря» (г. Могилев). Вся продукция из мяса птицы должна быть качественной и безопасной.

Список использованной литературы

1. **Рощина, Е. В.** Оценка удовлетворенности потребителей в чае и его конкурентоспособности как факторы повышения социально-экономической эффективности деятельности Лельчицкого райпо / Е. В. Рощина, О. В. Тушинская // Научная дискуссия современной молодежи: актуальные вопросы экономики, достижения и инновации : материалы междунар. студен. науч. конф. – Белгород, 2018. – С. 612–615.
2. **Рощина, Е. В.** Потребительские предпочтения к томатсодержащим продуктам / Е. В. Рощина, Т. В. Васюта, В. В. Волк // Инновационные технологии в пищевой промышленности : материалы XVII междунар. науч.-практ. конф., Минск, 4–5 окт. 2018 г. / Науч.-практ. центр Нац. акад. наук Беларуси по продовольствию / редкол. : З. В. Ловкис [и др.]. – Минск : Бел. навука, 2018. – С. 243–245.